

SPIS RZECZY

WSTĘP	Wzór z tego świata? 7
ROZDZIAŁ I	Zarządzanie zbawieniem 13
ROZDZIAŁ II	Homo religiosus, homo oeconomicus 32
ROZDZIAŁ III	Amerykańskie początki 50
ROZDZIAŁ IV	Religia w (polskim) społeczeństwie wyboru 62
ROZDZIAŁ V	Na początku był marketing 80
ROZDZIAŁ VI	Wierny – nasz pan 100
ROZDZIAŁ VII	Parafia, czyli obsługa posprzedażowa 120
ROZDZIAŁ VIII	Kościół i jego produkt 141
ROZDZIAŁ IX	Cena (i koszt), czyli nie tylko pieniądze 169
ROZDZIAŁ X	Punkty kościelnej dystrybucji 180
ROZDZIAŁ XI	Ewangelizacja 4.0 196
ROZDZIAŁ XII	Poza miejscem i czasem. Kościół offline? 213

ROZDZIAŁ XIII	Świetne logo i kiepska marka	228
ROZDZIAŁ XIV	Siła opowieści	249
ROZDZIAŁ XV	Godziwa perswazja, czyli reklama religijna	270
ROZDZIAŁ XVI	Gdy Bóg mówi z plakatu	291
ROZDZIAŁ XVII	Montreal: reklama Kościoła w rękach profesjonalistów	308
ROZDZIAŁ XVIII	Twardziele. Reklama na usługach powołania	327
ZAKOŃCZENIE	Wiara w Boga i sztuka perswazji	340
	Bibliografia	359
	Indeks osób	371
	Biogram autora	379